

Storytelling Aplicado à Gestão de Marcas

Objetivo

Estudar a migração para modelos publicitários não interruptivos e compreender as utilizações do branded content na construção do relacionamento com consumidores, potenciais consumidores e sociedade em geral. Explorar teorias das emoções e mecânicas de storytelling no universo do entretenimento e sua transposição para a publicidade através do uso de universos narrativos, padrões arquetipais para construção de personagens e modelos de construção de narrativas.

Objetivos de aprendizagem

Ao final do curso, os participantes deverão estar aptos a:

- Identificar e aplicar o conceito de branded content no desenvolvimento da presença fixa de marca, amplificando o valor entregue pelas marcas a consumidores, potenciais consumidores e sociedade em geral;
- Julgar cenários associativos e dissociativos entre identidade e imagem de marca;
- Experimentar modelos de uso das emoções e permitir ao aluno aplicar padrões para utilização no storytelling e construção de identidade de marca;
- Examinar os modelos e formatos de construção de histórias em diferentes meios, identificando os diferentes elementos existentes na construção de um universo narrativo e sua posterior transposição para o mundo da comunicação social;
- Praticar o desenvolvimento de universos narrativos de marca aplicando técnicas de storytelling;
- Empregar modelos arquetipais de construção de personagens para criação da identidade de marca;
- Praticar o desenvolvimento de narrativas publicitárias a partir de modelos de conflito narrativo a partir da Jornada do Herói, de Campbell, e dos Sete Enredos Básicos de Booker.

A quem se destina

Dirigido a profissionais e estudantes de comunicação, publicidade, propaganda e marketing, relações públicas e jornalismo.

A quem não se destina

Roteiristas e profissionais interessados no desenvolvimento de uma narrativa jornalística ou de entretenimento (filme, livro, game, etc).

Indicado para

Profissionais em crescimento

Metodologia

Aula #01 – Estudo de caso & Problem-based learning (PBL)

Após revisar aplicação prática do modelo IESC em marcas de diferentes setores, os participantes deverão transformar uma comunicação publicitária “tradicional” (outbound, interruptiva) em uma presença fixa de marca utilizando um dos elementos de conteúdo deste modelo, cruzando-o com conteúdos orbitais da marca.

Aula #02 – Grupos operatórios

Em pares ou grupos, os participantes irão criar uma sequência de fatos que obedeça a um sequenciamento predeterminado de emoções. Posteriormente, irão trocar suas criações com outros pares/grupos, que deverão recriar o mesmo evento com outra sequência de emoções.

Aula #03 – Team-based learning (TBL)

Divididos em grupos, metade dos participantes ficará responsável pela investigação do conceito e criação de um universo narrativos para uma marca enquanto a outra metade deverá desenvolver personagens e suas características. Os grupos serão posteriormente mesclados para que, unindo-se estes dois elementos, seja desenvolvido um conflito narrativo.

Aula #04 - Problem-based learning (PBL)

Os alunos deverão desenvolver um discurso publicitário para um produto/serviço considerando as diferentes fases do modelo de narrativa em W, derivado da jornada do Herói, readequando tal discurso para cada momento de vida do consumidor.

Programa

curiosos de férias

INSCRIÇÕES ABERTAS - GARANTA A SUA VAGA

espm.br/ferias

ESPM
QUEM FAZ TRANSFORMA

- Branded Content

Objetivo: Compreender e aplicar o conceito de branded content no desenvolvimento da presença fixa de marca, amplificando o valor entregue pelas marcas a consumidores, potenciais consumidores e sociedade em geral. Distinguir cenários associativos e dissociativos entre identidade e imagem de marca.

- Teorias das emoções

Objetivo: Reconhecer modelos de uso das emoções e identificar padrões para utilização no storytelling e construção de identidade de marca.

- Construção de universos narrativos

09/2018

Objetivo: Construir universos narrativos de marca aplicando técnicas de storytelling. Desenvolver valor de marca utilizando modelos arquetipais para construção de personagens; Utilizar modelos de conflito narrativo desenvolvendo narrativas publicitárias e reposicionamento de marcas

- Uso de enredos para construção da mensagem publicitária

Objetivo: Explorar os modelos e formatos de construção de histórias em diferentes meios, identificando os diferentes elementos existentes na construção de um universo narrativo e sua posterior transposição para o mundo da comunicação social.

📌 Professor(es)

José Carlos Rodrigues Pinto Filho

Mestrando em Comportamento do Consumidor (ESPM), com MBA em Gestão de Marketing Digital (ESPM), Pós-graduação em e-Business (UFRJ), Extensão em Gamification (PUC), Certificação Scrummaster (Agile Alliance) e graduação em Propaganda e Marketing (ESPM); tem mais de 20 anos de experiência no mercado digital / interativo, 7 dos quais como Diretor da Disney Interactive, na The Walt Disney Company, além de passagens pela Hewlett-Packard e por agências de publicidade como J. Walter Thompson (JWT), Euro HSCG (Havas), onde atendeu e gerenciou projetos para clientes como Ford, Intel, Samsung, Reckitt Benckiser, Bridgestone, entre outros. Também é professor de temas ligados à Marketing e Negócios Digitais na ESPM, Faculdade Casper Líbero e na Business School São Paulo (Laureate International), além de Mentor do programa de Digital Marketing da Springboard (EUA). JC é especialista em marketing e negócios digitais, storytelling, impacto da tecnologia no comportamento humano e autor de 3 livros sobre negócios e comportamento humano no ambiente digital.

📌 Duração

Carga horária: 12 Horas

Datas:

14 a 17/1/2019

Horários:

19h30 às 22h30

📌 Inscrições

Exclusivamente pelo site da ESPM: www.espm.br/ferias

📌 investimento

Data de Inscrição:

Preço:

Até 14/12/2018

R\$ 1.330,00

A partir de 15/12/2018

R\$ 1.490,00

📌 Cancelamento/Adiamento

curtos de férias

INSCRIÇÕES ABERTAS - GARANTA A SUA VAGA

espm.br/ferias

ESPM
QUEM FAZ TRANSFORMA

POR INICIATIVA DA ESPM: o curso poderá ser cancelado ou adiado por falta de quorum, com 48 horas de antecedência da data prevista para seu início.
Na hipótese de cancelamento, será devolvido, AUTOMATICAMENTE, 100% do valor pago por meio de depósito na conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até dez dias úteis.
Na hipótese de adiamento, será devolvido MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO do participante pelo e-mail processospossp@espm.br 100% do valor pago, por meio de depósito na conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até dez dias úteis.

A ESPM NÃO SE RESPONSABILIZA POR QUAISQUER OUTROS VALORES QUE EVENTUALMENTE TENHAM SIDO DESPENDIDOS PELO PARTICIPANTE, SEJA A QUE TÍTULO FOR, TAIS COMO PASSAGENS AÉREAS, RODOVIÁRIAS, COMBUSTÍVEL, HOSPEDAGEM ETC., EM VIRTUDE DO CANCELAMENTO OU ADIAMENTO DO CURSO.

POR INICIATIVA DO PARTICIPANTE: será devolvido 80% do valor pago. O cancelamento deverá ser solicitado pelo e-mail processospossp@espm.br com 24 horas de antecedência do início do curso. O reembolso será efetuado por meio de depósito na conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até dez dias úteis.
Depois deste prazo (24 horas de antecedência do início do curso), não haverá devolução do valor pago. Também não haverá devolução do valor pago se o (a) participante desistir do curso após seu início.

Certificado

O certificado será fornecido ao final do curso, as pessoas que comparecerem a 75% das aulas. Caso o aluno falte a última aula, o certificado poderá ser retirado na Secretaria de Pós Graduação: Campus Rodolfo Lima Martensen, a Rua Joaquim Távora, 1.240 Vila Mariana, de segunda a sexta-feira, das 9h às 20h.

curso de férias

INSCRIÇÕES ABERTAS - GARANTA A SUA VAGA

espm.br/férias

ESPM
QUEM FAZ TRANSFORMA